Nr 686

av herr Carlström m. fl.
om slopande av skatten på reklamtrycksaker.

Beskattningen av reklamtrycksaker har alltsedan reglerna härom trädde i kraft varit föremål för kritik från skilda håll. Beskattningsmyndigheterna har haft svårigheter med tillämpningen och övervakningen av reglerna, och de skattskyldiga har orsakats ett icke obetydligt merarbete och administrativt krångel. Slutligen har trycksaksbeställarna, främst företag inom handel och industri, fått vidkännas kostnadsökningar och en osäkerhet vid kalkylering och utarbetande av från informationssynpunkt nödvändiga produkttrycksaker.

Skatteutskottet har varit medvetet om att trycksaksområdet erbjuder ytterligt komplicerade problem från beskattningssynpunkt och har uttalat att man inte är främmande för tanken att det kan bli nödvändigt att mera radikalt konstruera om denna del av reklamskatten, om de av föregående års riksdag beslutade ändringarna inte skulle leda till eftersträvade förbättringar.

Ändringarna har tyvärr inte lett till några nämnvärda förbättringar. Enklare och mera lättillämpade regler i fråga om reklamtrycksaker har inte ernåtts, i varje fall inte i vad gäller de skattskyldiga. Några exempel på nya eller kvarstående inkonsekvenser förtjänar nämnas.

Tidigare var vissa i anvisningarna till 5 § i reklamskatteföreningen uppräknade trycksaker fria från skatt, om de icke alls eller i endast ringa mån innehöll säljargumentering. Bland dessa trycksaker fanns prislistor, tekniska produktbeskrivningar, reservdelskataloger m. fl. dylika. Genom att detta undantag kom att slopas får i synnerhet den tyngre industrin sina här ifrågavarande trycksaker beskattade med 10 %. Ingen torde kunna förneka att prislistor eller reservdelskataloger är affärshandlingar, som inte har mycket med reklam att skaffa. Det ligger i konsumenternas intresse att ett företag tillhandahåller prislistor och reservdelskataloger.

I stället har trycksaker, avsedda för bl. a. återförsäljare, blivit fria från skatt efter att tidigare till stor del ha varit skattepliktiga. Härigenom har uppstått problem för tryckerierna, som självfallet har svårigheter att avgöra huruvida en trycksak är avsedd för återförsäljare eller för konsumenter.

En trycksaksupplaga, som på grund av något fel måste makuleras innan den kommit till användning, blir beskattad. Exemplen skulle kunna mångfaldigas, men vi har nöjt oss med de här återgivna.

Utskottet har förklarat sig berett till en radikal omkonstruering av skatten på reklamtrycksaker, om eftersträvade förbättringar inte kunnat nås. Det

mest radikala och också det klokaste beslutet är att helt avveckla skatten på reklamtrycksaker. Erfarenheterna har visat att reklamtrycksaker, bl. a. på grund av definitionssvårigheter, inte lämpar sig för beskattning.

Det är från budgetsynpunkt obetydliga belopp, som staten har som intäkt av skatten på reklamtrycksaker. Det är också den del av beskattningsområdet för reklamen som är mest kostnadskrävande att administrera.

Med hänvisning till det anförda hemställer vi

att riksdagen beslutar upphäva skatten på reklamtrycksaker.

Stockholm den 23 januari 1975

VALDO CARLSTRÖM (fp)

ANNA-LISA NILSSON (c) i Kristianstad

HANS NORDGREN (m)